

# Diversité, créativité et innovation

Jean-Alain Héraud

20 mai 2009

Séminaire interdisciplinaire « *La diversité: quels enjeux pour les entreprises?* »  
**EM Strasbourg et MISHA**

# La créativité

- La capacité créative selon Sternberg, Labort (2008):  
*"Creativity is the ability to produce work that is both novel (i.e., original, unexpected) and appropriate (i.e., useful, adaptive concerning task constraints)."*
- La créativité collective nécessite fondamentalement un **degré d'ouverture à la nouveauté** sous toutes ses formes: idées, hommes, pratiques, ressources, capitaux.
  - En cela, la capacité créative d'une firme ne correspond pas uniquement à la **somme des capacités individuelles** présentes...
  - elle comprend également la **mise en valeur** de ces capacités individuelles,
  - ainsi que l'**aptitude à attirer** des individus particulièrement créatifs et/ou à retenir ceux déjà présents.

# Correspondance avec la notion de créativité des territoires

- Les définitions et remarques précédentes sont volontairement calquées sur celles attribuées aux territoires dans la littérature sur les « *régions de la connaissance* », « *learning regions* », « *creative cities* », etc.
- Cf les documents présentés le 9 mars dernier à la Région Alsace « Culture régionale d'innovation »:

[www.evoREG.eu](http://www.evoREG.eu)

# Pourquoi lier les deux thèmes?

- Les *entreprises* sont de plus en plus « globales » ou nomades, et pourtant elles s'intéressent de plus en plus aux *territoires*.
- Ce n'est pas une contradiction: c'est justement dans la mesure où elles ont le choix que le territoire devient une variable stratégique.
- Référence à toute la littérature spécialisée sur l'économie des territoires (depuis A. Marshall): *est-ce l'entreprise qui fait le territoire ou le territoire qui fait (resp. attire) l'entreprise?*
- De plus, à la stratégie des firmes répond le marketing territorial des collectivités.
- **L'enjeu: avantages statiques, mais aussi, de plus en plus, avantages dynamiques (*apprentissage, créativité*).**

# Les "3 T" de Richard Florida

La capacité d'une **région** à exploiter l'énergie créative de sa population pour une croissance économique à long terme repose sur les "3T":

- La **technologie**: à savoir la capacité d'innovation technique et la concentration d'activités de haute technologie.
- Le **talent**: non pas le capital humain tel qu'habituellement mesuré (nombre d'individus bénéficiant d'un niveau élevé de qualification) mais bien le capital créatif, ou talent mesuré au travers du nombre d'individus ayant une activité créative.
- Et enfin, la **tolérance**: à savoir une culture caractérisée par l'ouverture d'esprit et l'acceptation de la diversité sous toutes ses formes.

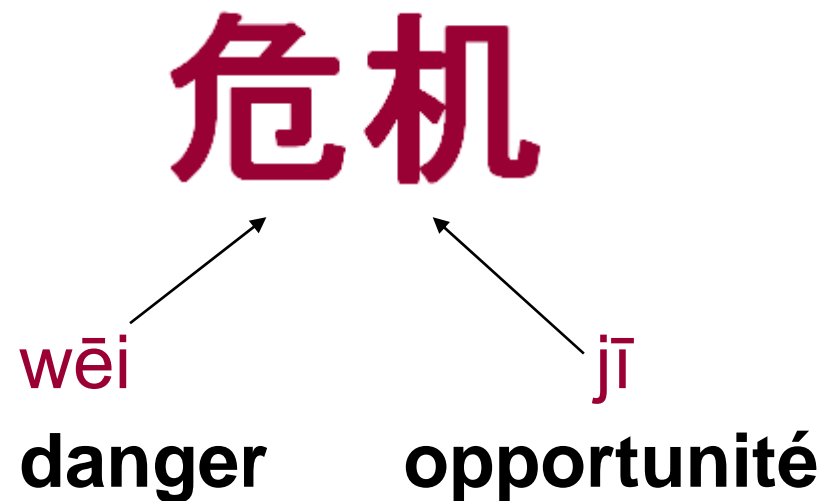
Une analyse valable aussi au niveau de **l'entreprise** ?

# Back to basics: L'entrepreneur au sens de J.A. Schumpeter

- Le processus de "**destruction créatrice**" (*schöpferische Zerstörung*) revêt un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique.  
L'entrepreneur, dans l'approche de Schumpeter, est à l'origine d'innovations de rupture et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique.
- Passer d'une **idée nouvelle** à une **opportunité d'affaires** (*innovation*) est pour Schumpeter la résultante d'une *nouvelle combinaison de facteurs de production*, qui se manifeste par l'introduction d'une *nouveauté* :
  - produit, méthode de production, marché, source d'approvisionnement, forme d'organisation industrielle

# Comment l'étymologie du chinois éclaire Schumpeter

Le mot chinois signifiant **crise** est composé de deux idéogrammes:



# La connaissance n'est que la moitié de l'innovation

- La pensée schumpétérienne a clairement fait émerger le concept de **routine** en économie: "*Le rôle de l'entrepreneur consiste à reformer ou à révolutionner la routine de production en exploitant une invention ou, plus généralement, une possibilité technique inédite*" (Schumpeter, 1942, p. 186).
- L'économie évolutionniste (y compris la théorie évolutionniste de la firme) a beaucoup insisté sur la dimension « recombinaison de l'information » qui permet de sortir de la routine par hybridation des connaissances.
- Mais, de plus en plus, on tente d'approcher la **créativité** comme un concept en soi, indépendamment de la question de la connaissance



# L'apport de la théorie contemporaine de l'innovation

- On sait depuis les travaux de chercheurs comme N. Rosenberg à quel point l'innovation est généralement un processus interactif multi-acteurs (on innove rarement seul)
- Il y a donc dans l'essence même du concept d'innovation l'idée de créativité en *réseau*
- Ce réseau relie des compétences et points de vue forcément *différents* : caractéristique essentielle de **diversité dans la complémentarité**

# Caractéristiques d'un projet innovant et modèles de gestion

- Une idée nouvelle, originale (*créativité cognitive*)  
Comment favoriser cette créativité peu programmable?
- Acceptation du risque et volonté de créer du neuf sur le plan concret: économique, sociétal, etc. (*entrepreneur créatif* au sens de Schumpeter). Comment gérer la créativité entrepreneuriale?
- Une mise en réseau d'acteurs partenaires (*créativité organisationnelle*), ce qui suppose de savoir gérer la diversité.

# Gérer la créativité

- On a vu que la connaissance nouvelle ne suffit pas: il faut l'énergie et la compétence pour *innover*, c'est-à-dire prendre des risques, convaincre, propager une vision.
- L'idée nouvelle n'est pas nécessairement technologique: voir les « industries créatives »
- Il existe des stratégies privées et des politiques publiques de connaissance; existe-t-il l'équivalent en créativité?

# Gérer la diversité

- Pour les firmes comme pour les territoires, l'identité collective forte et la proximité culturelle sont-ils des facteurs favorables à l'innovation?
- **Oui** dans la mesure où cela augmente la confiance, réduit les coûts de transaction, facilite la construction d'une vision commune, etc.
  - Cf littérature sur les milieux innovateurs p.ex.
- **Non** si cela fige les routines, rend allergique à la différence, rabaisse les individualités, etc.
  - Cf Florida mais aussi les travaux récents sur la créativité: Acs, Benghozi, Cohendet, Shearmur,...

**Merci de votre attention**